

白山市における発酵調味料の利用実態

† 林 紀代美

† 金沢大学人間科学系 〒920-1192 金沢市角間町

E-mail: † hayashi@ed.kanazawa-u.ac.jp

要旨

本研究は、白山市における発酵調味料（味噌・醤油・酢）の利用実態を把握することを目的とする。調査の結果、味噌は富山県産品の利用が多いが、白山市産品や自家製味噌の選択も一定程度確認できた。醤油は、全国ブランド品と金沢市産品の利用が拮抗し、多種の石川県産品の購買があるなかで白山市産品への支持も確認された。酢は、全国ブランド品の利用が優勢であるが、白山市産品に対する一定の購買、評価がみられた。白山市内の多くの量販店では、量的には限定的だが白山市産の発酵調味料の販売があり、存在や特徴を発信する POP など用いられていた。資源を生かした活性化にむけて、流行に左右されない資源の支持者となる地域住民を確保するためにも、地域住民と白山市産発酵調味料との接点の創出や、資源の存在の見える化が重要である。

キーワード：発酵調味料，味噌，醤油，酢，消費，食の地域性，白山市

1. はじめに

本研究は、石川県白山市の地域住民による日常の発酵調味料の利用実態を把握することを目的とする。本稿で扱うアンケート調査は、白山市教育委員会主催で金沢大学と連携開催した「はくさん学び舎講座 地域課題を可視化する一地域の食文化から」にあたり、同委員会および白山市内の公民館と公民館利用者の協力を得て実施したものである。幅広い年齢層を網羅した全市的調査には至ることができず、十分な情報収集とならなかった面もある。しかし、管見の限り現在の白山市域における発酵調味料の消費や販売の実態を確認し、追跡した取り組みはみられない。その点で本結果は、白山市での発酵調味料の利用動向の一端をとらえた貴重な資料で、地域の食実態の記録保存にも意義があり、今後の地域資源の活用を検討する上でも有益な情報となり得る。そこで、本稿をとりまとめた。

「たべること」は、人々に不可欠な行為、生活そのものでもある。生産や流通と品物は、一人ひとりの「たべること」に関わる目的や価値判断、行動、あるいは地域の諸条件の影響を受け、そのかたちが形成され、変化する。その結果、食文化、食生活が創造され、地

域性や社会特性の一端が「食」に浮かび上がってくる（石毛 2009；林 2015・2016a）．地域の食材や食生活の考察からは、望ましい流通のかたちや食のあり方を考えるヒントのほか、ニーズに即した新商品や流通形態の開発に資する基礎的情報も得られるだろう．

食の実態を洗い出し、地域特徴や地域差、地域・社会の課題を問う試みは、近年の地理学的研究でも取り組まれてきた（たとえば水産物では、升原 2005；中村 2009；橋村 2011；林 2013）．家政学などでも、各地での食材利用や献立の特徴（今田 2003；峰ほか 2007；富岡ほか 2010）や、関連する歴史・文化や製造活動、世代間伝承や買い物環境を考慮した地域の食実態の調査（今田・藤田 2003；中澤・三田 2004；高橋ほか 2006；亀井ほか 2009）が進められてきた．

しかし、対象となり得る地域や食材・献立が多岐にわたることや、個々の消費者の食情報の継続的、網羅的な情報収集の困難性などもあり、地域の食実態の把握は十分に進んでいるわけではない．また、日常的な食を対象とした研究は学術的課題としては過小評価され、成果の蓄積や分野間での連携が遅れてきた（石毛 2009）．献立を構成する主材料となる食材を取り上げた考察に比べると、販売、利用される調味料の地域特徴や各地の購買・消費実態に関する研究の蓄積は限られる．全国レベルでの調味料の品質特性の違いの把握、製造・流通構造や販売動向の解明、摂取と健康や味覚形成とのかかわりの検証が主となっている（たとえば、秋谷 1988；奥村 1996；沖山 2001；長沼 2001；真部 2003・2006；伊賀 2004；高木 2005a・b；堀尾 2007；河野・柴田 2010；宮城 2012）．

さまざまな食品で購入傾向の平均化が進む一方で、地域らしさも一定程度継承されていることが確認、指摘されてきた（たとえば、秋谷 1988；堀井 1996；能美 2007；Hayashi 2003；林 2011）．近年では、六次産業化や地産地消、フードツーリズム、「食」に関わる学びなど、地域資源としての「食・食材」に注目した活動とそれを活かした活性策の創造、学習機会の創出と活用が各地で盛んに取り組まれている（たとえば、水谷ほか 2005；安田ほか 2007；中村 2008；中村 2009）．これら活動を効果的に進めるにあたり、当該地域の食実態を把握することは、注目すべき食材・献立や活動の方向性や内容を選定するためにも重要な作業となる．この際、主食材だけでなく、献立の味を調え、おいしさの評価や食の選択に大きな影響を与えることになる調味料に注目することも有意義であろう．和食の味付けに重要な味噌・醤油・酢は、気候や産業、歴史的経緯など産地の諸条件の影響を受けながら各地で多様な品質特性を持った品が製造され、消費されてきた（奥村 1996）からである．

本稿で事例とする白山市においても、発酵調味料である味噌・醤油・酢のほか清酒、こんか漬け、ふぐの卵巣の糠漬け、かぶら寿司など多様な発酵食材の製造、消費が盛んである．ここで取り上げる発酵調味料に関しても、今日でも市内各所に醸造所や販売店がみら

れる（図 1）．日本の食生活全集石川編集委員会（1988）でも、地域内で原材料（米・麴、大豆）の生産が盛んで、県内に良質な塩の産地（能登）があり、発酵に適した気候（冬季に積雪が多く、温度を一定に保ちやすい）と良質で豊かな水がある（手取川扇状地）うえに、拠点性（旧北陸道の宿場の松任や、白山麓の山間地から扇状地に出た地点にあり門前町でもある鶴来）ある町での人々の活発な消費活動の存在から、製造の適地であり、業者の活躍が古くからみられたと指摘されている．

このような背景から、白山市では調味料を含む発酵食材を地域資源と位置づけ、これを活かした各種施策の実施を進めている．たとえば、全国発酵食品サミットの開催（2015 年 3 月）や、白山ブランドの選定（2016 年）が挙げられる．前掲図 1 のように、白山市は発酵調味料を地産地消や食育のツールと位置づけし、人々への情報発信をしている．しかし、白山市域の味噌、醤油、酢の利用の詳細は、過去の食文化研究で十分説明されていない．現在の白山市域での味噌、醤油、酢の利用実態も、継続的な調査はなされていない．

2. 研究方法

実態把握のため、白山市教育委員会の協力のもと、白山市内の全公民館（28 館）にアンケート調査への協力を依頼した．各館の事情や活動状況を考慮し、各館 25 部配布とした（全体で 700 部配布）．各公民館では、公民館来場者にアンケートを直接配布し、回答への協力を依頼した．各世帯で買い物や調理を主に担当する方に回答を求めた．記入後に公民館に直接提出するよう求め、回収した．実施期間は、2016 年 5 月中旬から 6 月末日であった．アンケートの質問項目は、回答者の属性などの基本的情報のほか、買い物行動の現状と課題、発酵調味料（味噌・醤油・酢）の購入・使用状況である．

情報は、合併前の旧市町別に収集を試みた．しかし、公民館の所在地域の環境や高齢化による活動の活発さの高低から、各館の回収数には多少がみられた．地域動向を集計、考察するにあたり、手取川扇状地上に位置し、人口規模、アンケート回答数が大きい 3 つの旧市町の公民館からの回答は、所在する旧市町域に照らしてそれぞれ「松任」「美川」「鶴来」に集約する．一方、「鶴来」以南の地域については、販売店舗の立地状況と交通アクセスなどの地域特性、地区形成の歴史的背景を考慮して、山間部のうち旧河内村・吉野谷村・鳥越村にあたる地域を「白山麓」、江戸時代に天領であった地域（旧尾口村・白峰村）を「尾口・白峰」と集約して扱う（図 2）．回答者はすべて、20 歳以上であった．アンケートの回収率は、全体で 51.7%であった（表 1）．アンケートの総回答数に占める各地区の回答者割合は、住民基本台帳における市全体の 20 歳以上人口に占める各地区の 20 歳人口の割合と

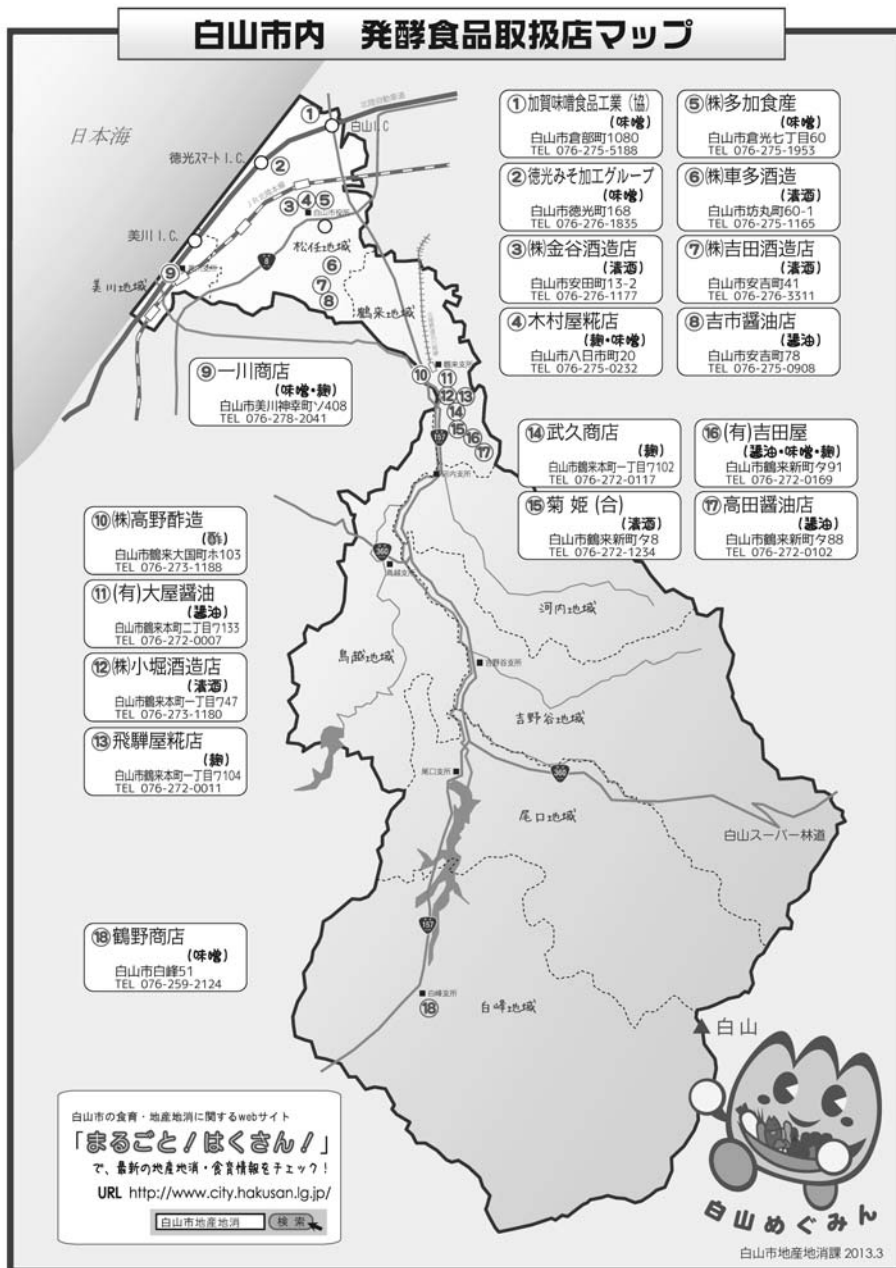


図1 市内各所にある発酵食品取扱店(地産地消推奨店に登録されている業者)を紹介する白山市発行の情報
 (白山市ホームページより引用(www.city.hakusan.lg.jp/data/open/cnt/3/7935/1/hakkoumap.pdf
 (2016/11/17 確認)))

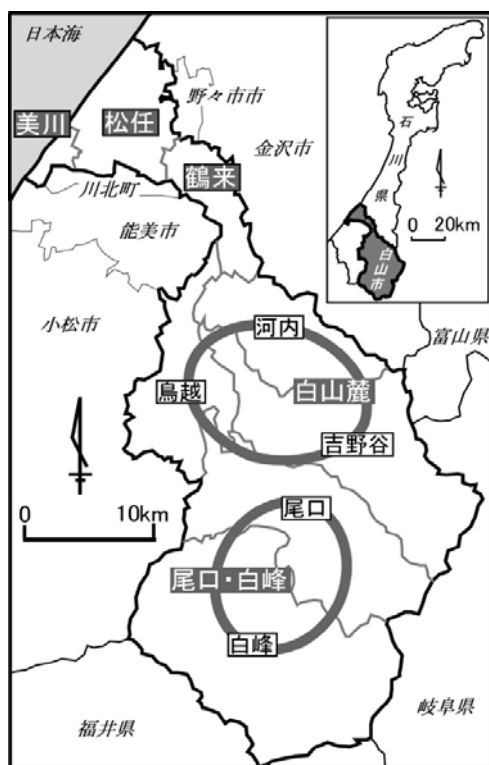


図2 研究対象地域と分析地区

比して、大幅な差はなかった。よって、アンケート回答から地域別傾向はおおよそ確認できると考えられる。アンケート回答者の年齢構成は、白山市統計書のデータに照らすと、市全体の20歳以上人口の世代別構成割合に比して、若年層（特に20～40歳代）の動向が十分反映できていない。この点を配慮しつつ結果を考察する。

また、アンケート実施に加えて、2016年9・10月に白山市内に所在する主要な量販店での味噌、醤油、酢の販売状況を、各店舗を訪問して観察、記録し、消費動向の考察を深める知見を得た。あわせて、将来世代の消費者にあたる児童・生徒が白山市産の発酵調味料に触れる機会を確認するため、白山市教育委員会を通じて白山市内の小中学校の学校給食での発酵調味料の使用状況を確認した。

3. アンケート結果からみえること

本章では、アンケート結果を整理する。味噌、醤油、酢の利用実態を注目する前に、これら食材の購入行動にも影響を与えると考えられる回答者の日常の買い物環境・行動を確認する。次に、味噌、醤油、酢それぞれの購入・消費動向を整理し、特徴などを確認する。

3.1 買い物環境・行動

買い物環境・行動について問うた結果を、表2にまとめた。地域や年齢層に関わらず、週当たり平均で3.5日程度食料品の買い物をしている。日常の食料品購入でよく行く店を平均3軒程度持っており、自動車を利用して買い物に向かうケースが大半である。

徒歩圏内の食料品販売店の有無については、全体では半数の回答者には確保されている。

表1 アンケートの回答属性の分布

地区名	配布数	回収率 (%)	左：回収アンケートに占める各地区の割合 (%) ／ (右)：市の総人口に占める各地区の人口割合 (%) (住民基本台帳・平成28年6月)	左：回答者 (年齢層を確認できた349人。すべて20歳以上) の世代構成割合 (%) ／ (右)：市域全体の20歳人口に占める世代別人口割合 (%) (住民基本台帳・平成28年6月)		
				50歳代以下	60歳代	70歳代以上
全体	700	51.7		31.8 (63.1)	33.8 (18.8)	34.4 (18.1)
松任	375	60.5	62.7 (62.9)			
美川	75	45.3	9.4 (11.5)			
鶴来	125	47.2	16.3 (20.2)			
白山麓	75	40.0	8.3 (4.2)			
尾口・白峰	50	24.0	3.3 (1.2)			

(アンケート調査結果を基に作成)

表2 買い物環境・行動の動向

「週当たりの買い物日数」	全体 (334)	松任 (221)	美川 (32)	鶴来 (53)	白山麓 (27)	尾口・ 白峰 (11)	50歳代 以下 (105)	60歳代 (111)	70歳代 以上 (110)
平均日数	3.5	3.5	3.2	3.7	3.1	3.3	3.6	3.3	3.4
「よく利用する買い物先」として回答された店舗件数	全体 (329)	松任 (208)	美川 (32)	鶴来 (51)	白山麓 (26)	尾口・ 白峰 (12)	50歳代 以下 (104)	60歳代 (108)	70歳代 以上 (110)
平均件数	2.9	2.9	2.7	3.2	3.1	2.7	3.1	3.0	2.6
「徒歩で行ける食料品を販売する店」の有無 (%)	全体 (337)	松任 (213)	美川 (32)	鶴来 (53)	白山麓 (27)	尾口・ 白峰 (12)	50歳代 以下 (106)	60歳代 (112)	70歳代 以上 (110)
「ある」	52.2	50.2	56.3	64.2	29.6	75.0	50.0	51.8	56.4
「車で10分程度で行ける食料品を販売する店」の有無 (%)	全体 (317)	松任 (194)	美川 (32)	鶴来 (53)	白山麓 (26)	尾口・ 白峰 (12)	50歳代 以下 (107)	60歳代 (104)	70歳代 以上 (97)
「ある」	95.0	96.9	96.9	96.2	92.3	58.3	95.3	92.3	96.9
買い物する交通手段・方法 (複数回答：1つ以上選択した回答者数に対して各手段・方法が選択された割合 (%))	全体 (338)	松任 (217)	美川 (32)	鶴来 (53)	白山麓 (27)	尾口・ 白峰 (12)	50歳代 以下 (107)	60歳代 (110)	70歳代 以上 (115)
自動車	90.8	89.4	90.6	88.7	92.6	100.0	98.1	91.8	80.9
自転車	12.1	14.7	6.3	7.5	11.1	0.0	2.8	10.0	22.6
徒歩	10.1	12.4	9.4	7.5	0.0	0.0	2.8	8.2	17.4
バス・電車	2.4	2.8	3.1	1.9	0.0	0.0	0.0	1.8	5.2
タクシー	0.3	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9
家族や知人の送迎	4.1	2.8	12.5	7.5	0.0	0.0	1.9	5.5	5.2
小売店の配達サービス	0.3	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9
行商	1.2	1.4	0.0	0.0	3.7	0.0	0.9	1.8	0.9
生協共同購入や食材宅配	24.9	24.4	28.1	28.3	14.8	25.0	23.4	29.1	21.7
通販	1.5	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9	0.9	2.6
「自由にスムーズに買い物に行けなくなる心配」の有無 (%)	全体 (332)	松任 (210)	美川 (32)	鶴来 (51)	白山麓 (27)	尾口・ 白峰 (12)	50歳代 以下 (105)	60歳代 (110)	70歳代 以上 (107)
「今も将来も心配ない」	20.2	22.4	6.3	17.6	22.2	25.0	27.6	10.0	19.6
「ここ10年で心配になる」	33.7	36.7	28.1	33.3	22.2	25.0	13.3	7.5	52.3
「もう少し先 (10年以上先) に心配になる」	43.1	38.6	56.3	45.1	55.6	50.0	59.0	50.9	23.4
「すでに不便になっている」	3.0	2.4	9.4	3.9	0.0	0.0	0.0	3.6	4.7

(アンケート調査結果を基に作成)

集計区分の項目名下の () 内は、当該区分のアンケート回答者数

ただし、後の項目での回答状況から、徒歩圏内にある食料品販売店が必ずしも日常よく買い物をする店となっていない。「白山麓」では徒歩圏内の食料品販売店の確保が難しい現状にある。「尾口・白峰」の回答で確保できているとした者が多かった背景は、後の項目で主な買い物場所を問う設問への回答には近所の店舗は出てこないものの、買い忘れなどの際に地区内の店舗を利用する可能性が高いことから、学習経験を経て徒歩圏内の食料品販売店の認知率が高くなったと考えられる。年齢層別では、50歳代まではほとんどの回答者が自動車を利用し、それが唯一の手段である場合も多い。しかし、年齢が上がるにつれて自転車、徒歩、バス・電車を挙げる者の割合が増加する。なお、生協の共同購入など食材配達を利用する者が、各地区、各年齢層で2〜3割あった。

買い物の利便性の一端として、自動車を利用して自宅から10分程度で食料品を購入できる場所の有無も尋ねたところ、全体および「尾口・白峰」を除く各地区では確保できている者が9割を超えた。一方、「尾口・白峰」は6割弱にとどまっている。多くの回答者が買い物に出かける手段として自動車を挙げているが、年齢を重ねるにつれて運転ができなくなる可能性がある。地域内の公共交通機関も充実しているとはいえない。そこで、自由にスムーズに買い物に出かけることができるか心配があるか問うた。全体では、「もう少し先（10年以上先）に心配なる」が約4割と多く、次いで「ここ10年で心配になる」が約3割あった。

各地区の住民が、日常の食料品の主な買い物場所として挙げた店舗の分布を、図3にまとめた。「松任」や「鶴来」は、地区内に多くの量販店や食料品店が存在することから、多くの買い物行動は地区内で完結している。「美川」は、隣接する「松任」の店舗利用も多い。一方、「白山麓」や「尾口・白峰」は、「鶴来」での買い物が多くみられる。山間部から北上して最初に存在するまとまった商業地域で、病院など生活サービスを得ることができる拠点性が高い「鶴来」とのつながりの深さをうかがえる。また、「尾口・白峰」では、白峰地区の回答者のなかで県境を越えて福井県勝山市での買い物行動も確認された。他県であっても往来のためのルートが確保されていて距離では近く、歴史的経緯でも関係が深い勝山市との結びつきは、この地域の生活の特徴のひとつでもある¹⁾。

3.2 味噌の購入・消費状況

3.2.1 使用する味噌

回答者の家庭で購入・消費している味噌の種類（ブランド・アイテム）について問うた。その結果、記入があったブランド・アイテム数は、全体で回答者の4割強が1種類、4割弱

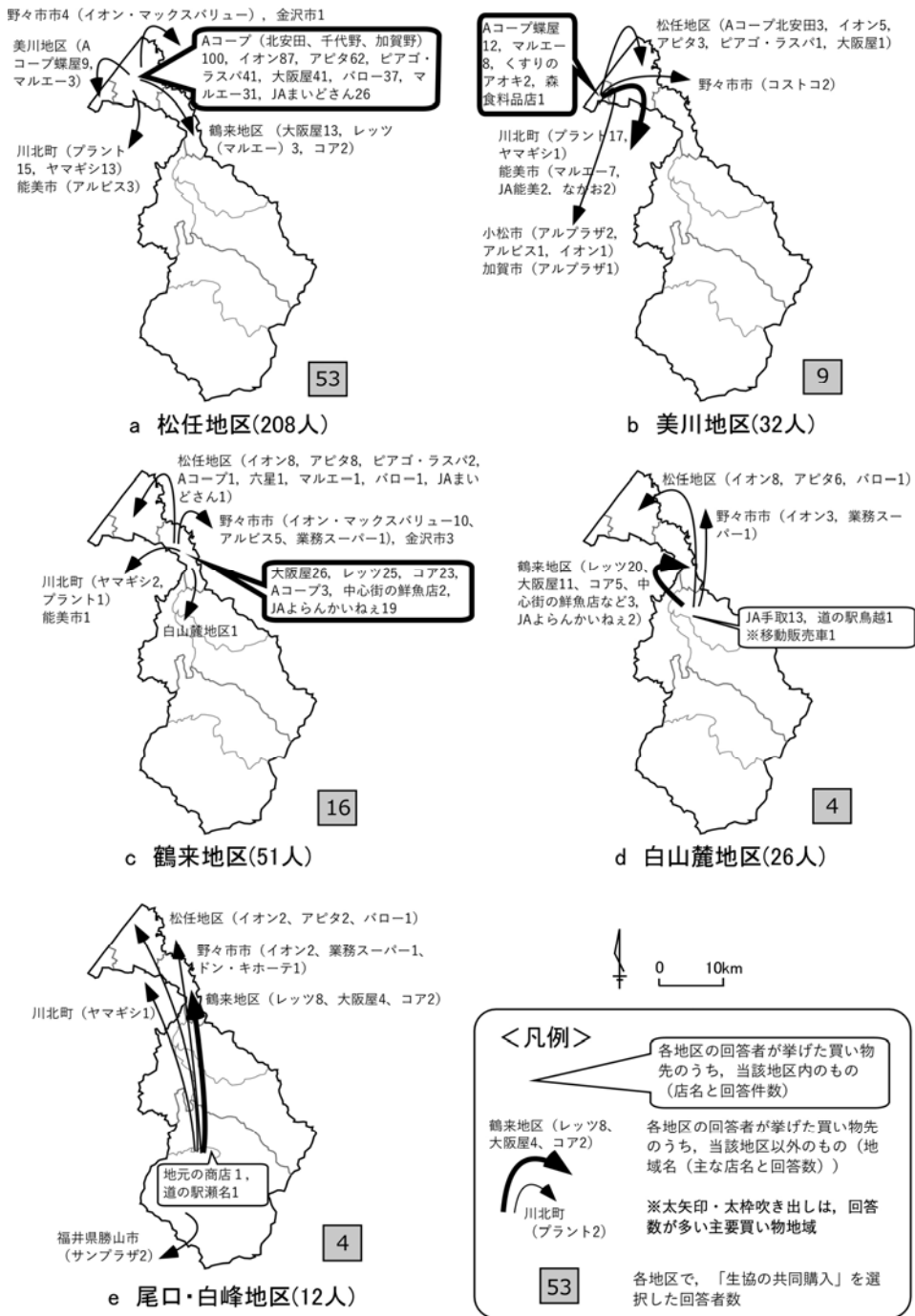


図3 主な買い物の分布状況
(アンケート調査結果を基に作成)

が2種類挙げていた(表3)。「美川」や「尾口・白峰」では、1種類しか挙げない回答者が6割を超えた。一方、「鶴来」では2種類挙げる者が約6割あり、3種類挙げる者も約16%あった。「白山麓」でも、2・3種類挙げる者の割合を合わせると約半分あった。世代別では、若年層に比べて高齢層では1種類挙げる者の割合が高まった。

具体的にどのようなブランド・アイテム名が挙げたか、記入があった330人の内容を表4に整理した。総記入数は591点あった。このうち、203名が「日本海みそ」を挙げている。次いで多いのは、150名が記していた調味味噌類の「とり野菜みそ」であった。

「日本海みそ」は、富山県のメーカーが製造している。昭和40年代からTVのCMが放映され²⁾、県内各地の量販店でも大量に流通してきた。詳細は後述するが、白山市内の量販店の店頭を観察すると「日本海みそ」アイテムが多数販売されている。各量販店の販売状況やチラシを確認すると、特価アイテムとして扱われ、店頭に山積みされている場面に遭遇する。「日本海みそ」のほかにも、ツルヤ味噌など富山県内の味噌業者が製造、販売する品を挙げた回答者もみられた。白山市の多数の人々が日常よく利用し、幼少期から食べつけてきた品が富山県産の味噌であり、これらが「ふるさとの・家庭の味」となっている可能性がある。実例として、白山学び舎講座の第5回目に、様々な味噌を食べ比べ、味覚・嗜好の体験学習を実施した際、10種の味噌から「日本海みそ」を判別できる受講者が多数あった一方、複数サンプルに含まれていた白山市産の味噌を選択できる者は少なかった。受講者は、それぞれの味噌の食べつけの差や、幼少期からずっと「日本海みそ」を食べてきたことを、その背景として指摘していた。

「とり野菜みそ」は、現在のかほく市で1959年に創業したまつやが製造、販売する調味味噌商品である。「とり野菜みそ」もまた、量販店を通じて石川県内で広く流通してきた³⁾。特に鍋料理で石川県民に重宝されているほか、野菜炒めなどへの利用もみられる。回答者の多くが、味噌汁を調理するための味噌に加えて「とり野菜みそ」を認知、購入していた。

表3 使用する味噌の種数

各区分の総回答者数に占める種数毎の選択割合：％									
味噌の 種数	全体 (330)	松任 (208)	美川 (33)	鶴来 (53)	白山麓 (24)	尾口・ 白峰 (12)	50歳代 以下 (100)	60歳代 (110)	70歳代 以上 (111)
1	44.5	45.2	63.6	24.5	45.8	66.7	38.0	42.7	49.5
2	37.3	37.0	21.2	58.5	20.8	25.0	40.0	32.7	40.5
3	14.5	13.9	12.1	15.1	29.2	0.0	16.0	20.9	8.1
4	3.3	3.4	3.0	1.9	4.2	8.3	6.0	3.6	0.9
5	0.3	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9

(アンケート調査結果を基に作成)

各項目の()内の値は、利用している味噌が無回答であった者を除いた回答者数

表 4 使用する味噌の種類

味噌の種類（総回答数591点）の内訳		記入人数
商品名等の記述	地域	
<白山市産>		合計47
徳光手前みそ	松任	16
JA白山こうじみそ・てづくりみそ	松任	5
翠星高校のみそ	松任	1
朝の露・加多食品	松任	1
一川味噌	美川	5
白山地元のみそなど		5
白山こうじ味噌・木村屋	松任	5
吉田屋みそ	鶴来	3
大屋しょうゆみそ	鶴来	3
加賀味噌	松任	1
つるぎみそ	鶴来	1
桑島味噌	白峰	1
<白山市産の調味味噌類>		合計22
なんばみそ、ゆずみそ、ゴマみそ	白山各地	4
くるみ味噌横山	鶴来	18
<金沢市産>		合計10
大野味噌・ヤマト味噌・山本味噌	金沢・大野	5
高木みそ・天祐味噌・舟木屋麴味噌・菊の井北出商店	金沢・その他	5
<その他の石川県内産>		3
<その他の石川県内産 調味味噌類>		
とり野菜みそ		150
<富山・福井県産>		合計213
日本海みそ	富山	203
日本海みそ以外の富山県産（越中ヤマダ味噌、ツルヤみそなど）	富山	9
福井県産	福井	1
<その他府県産>		合計12
	長野	3
	岐阜	1
	愛知	5
	京都	1
	徳島	1
	香川	1
<全国メーカー・PB商品、生協・JAブランド>		合計25
マルコメみそ		11
イチビキ		5
コープ・JAみそ		4
タニタ減塩みそ		4
トップバリュース味噌		1
<自家製味噌>		合計78
自家製みそ		74
味噌屋に材料を持ち込み		4
<分類不明のもの>		31

（アンケート調査結果を基に作成）

一方、白山市産の味噌（味噌汁など向け）の記述数は、総回答数の 1 割弱であった。味噌汁等に使用する味噌とは別に、くるみ味噌やなんば味噌なども 5%弱みられたので、白山市産味噌の合計割合は、全体の約 1 割であった。地区ごとに主に挙げられる白山市産味噌は、各地区内の味噌製造業者（「松任」は手前みそや木村屋など、「鶴来」は吉田屋、「美川」は一川）のことが多い。これに加えて、自家製味噌を作るとした回答が、総記入数の約 13% 存在した。したがって、自家製味噌を含めた白山市産の味噌が総記入数に占める割合はおおよそ 4 分の 1 であった。

自家製味噌を作る際に使う材料は、大豆は自家栽培が多く、購入する場合も白山市産を挙げていた。麴は米麴で、松任、美川、鶴来に所在する麴屋で調達している者が多い。自家製味噌は、「自分で作る」者が多く、ほかに親、知人などがみられた。また、公民館や婦人会での味噌づくり教室・イベントで作る、味噌グループで製造するとの指摘も多数確認できた。なお、自家製味噌を以前は作っていたとする回答者も一定数存在する（表 5）。世代が上がるにつれ、自家製味噌づくりの経験がある回答者の割合が高まる。自由記述欄には、たとえば、「昭和 30 年代頃まで自家製味噌で育ちました。手伝いしたり、あの香りは忘れがたいものです（松任・70 歳代以上）」「味噌は、昔は自家製で塩分は濃いめだったが、やはり家の味という感じで独特のおいしさがあったと思う（松任・60 歳代）」「昔は家で大豆をたくさん作っていたので、味噌は自家製のものを食べていました（松任・70 歳代以上）」「田んぼの畔に豆を植え、秋の稲刈りが終わると収穫し、初冬から冬に各家庭で味噌を作っていた（松任・60 歳代）」などの記載が高齢者層に多くみられた。

また、全国で広く流通するメーカー品・PB 品などの利用は少なかった。この点は、後章の考察の際に改めて注目することにしたい。なお、味噌を使用する献立としては、味噌汁以外では、炒め物、魚や肉の漬物、魚の味噌煮、鍋が多く、田楽、和え物、ぬたも目立った。

3.2.2 味噌へのこだわり

使用する味噌の選択でのこだわりの程度を問うたところ、「強いこだわりがある」「ややこだわりがある」を合わせると全体の約 7 割を占めた（表 6）。こだわりの程度は、地区間では差は小さい。世代別では、若年層より高齢層でややこだわりが強い傾向であった。

こだわる観点は、「慣れた味」を挙げる者が全体で約 7 割と多い（表 7）。「産地」「ブランド」を挙げる回答の一部も、「慣れた味」に間接的につながりがあると推測できる。自由記述でたとえば、「みそ・しょうゆは頂きものなどで他のメーカーのものを食べるととても違

表 5 自家製味噌の製造状況

単位：％

製造状況	全体 (344)	松任 (214)	美川 (34)	鶴来 (56)	白山麓 (28)	尾口・ 白峰 (12)	50歳代 以下 (109)	60歳代 (113)	70歳代 以上 (115)
今も作っている	15.1	16.4	20.6	12.5	10.7	0.0	11.9	19.5	13.9
昔は作っていた	17.2	22.0	2.9	14.3	10.7	0.0	6.4	16.8	27.8
作らない	67.7	61.7	76.5	73.2	78.6	100.0	81.7	63.7	58.3

(アンケート調査結果を基に作成)

各項目の（ ）内の値は、無回答者を除いた回答者数

表 6 味噌を選択・購入する際のこだわりの程度

単位：％

こだわりの程度	全体 (343)	松任 (212)	美川 (33)	鶴来 (58)	白山麓 (28)	尾口・ 白峰 (12)	50歳代 以下 (111)	60歳代 (114)	70歳代 以上 (109)
強いこだわりがある	13.4	13.2	15.2	13.8	10.7	16.7	9.0	12.3	19.3
ややこだわりがある	57.1	56.6	60.6	56.9	60.7	50.0	58.6	56.1	56.9
あまりこだわりはない	26.2	28.3	18.2	25.9	21.4	25.0	27.0	28.1	22.9
こだわりはない	3.2	1.9	6.1	3.4	7.1	8.3	5.4	3.5	0.9

(アンケート調査結果を基に作成)

各項目の（ ）内の値は、無回答者を除いた回答者数

表 7 味噌選択時にこだわる観点

各区分の総回答者数に占める観点毎の選択割合：％

こだわる観点 (複数回答可)	全体 (242)	50歳代以下 (75)	60歳代 (78)	70歳代以上 (83)
産地	23.1	16.0	24.4	27.7
価格	22.3	22.7	21.8	20.5
慣れた味	71.9	74.7	71.8	68.7
ブランド	9.9	12.0	6.4	12.0
機能性や塩分濃度	27.7	21.3	35.9	26.5
その他（無添加であること、原材料（国産）など）	7.9	8.0	11.5	4.8

(アンケート調査結果を基に作成)

こだわりの程度を「強いこだわりがある」「ややこだわりがある」と回答した242人を対象に質問した。

和感を覚えます（美川・50歳代以下）」「最初に購入した「雪ちゃん」は塩味が強くて子供達が食べなかったもので、出身地の愛知産の豆味噌を使っている（鶴来・60歳代）」のように、どの地域の味噌を選択するかは異なるものの、味噌汁の味が（調理する人やそれを食べる子が）おいしいと感じたものから「ぶれない」ことが購入・選択時に重視されていると指摘できよう。

3.3 醤油の購入・消費状況

3.3.1 使用する醤油

次に、醤油の購入・消費状況を確認する。回答者の家庭で使用している醤油の種類（ブランド・アイテム）について問うた。その結果、全体では回答者の約7割が1種類挙げていた（表8）。味噌の場合に比べ、種数が限られる傾向にある。複数種挙げる際には、異なるブランドを挙げるケースと、アイテムの違い（濃口と薄口、普通醤油と減塩醤油のように）を記す場合がみられた。

具体的にどのようなブランド・アイテム名が挙げたか、アンケートに記入があった278人の内容を表9に整理した。総記入数は387点あった。このうち、140名が「直源（直っぺ）」を含む金沢市産を挙げ、全国で広く流通するメーカー品・PB品や農協ブランドの合計（126名記入）を上回った。個々のブランドでは、「キッコーマン」が首位で、次いで「直源」であった。多数のアイテムを製造、販売している「キッコーマン」など全国ブランドの場合、薄口・濃口のほかにも、減塩醤油、有機丸大豆醤油などのアイテムが挙がっており、一人で複数種挙げているケースもみられた。

金沢市産の醤油は、「直源」をはじめとする大野醤油が主であった。大野は古くから醤油醸造が盛んで、多数の業者が存在する全国有数の醤油醸造地である。白山市域は大野から比較的近距離にあり、従前から大野醤油が多く流通していたと考えられる。

一方、白山市産の醤油も、総回答数の約1割を占めた。味噌製造業者に比べると市内の醤油製造業者数は少なく、大量流通する大野醤油など金沢市産醤油が存在するなかでは、白山市産の利用は一定の割合を占めているといえる。特に、「鶴来」「白山麓」「尾口・白峰」の回答者では、明治時代より鶴来で操業している「大屋おや玉しょうゆ⁴⁾」を挙げる者が

表8 使用する醤油の種数

各区分の総回答者数に占める種数毎の選択割合：％									
醤油の 種数	全体 (279)	松任 (169)	美川 (31)	鶴来 (45)	白山麓 (24)	尾口・ 白峰 (10)	50歳代 以下 (94)	60歳代 (91)	70歳代 以上 (90)
1	72.0	66.3	90.3	71.1	79.2	100.0	73.4	75.8	66.7
2	19.7	22.5	6.5	24.4	16.7	0.0	20.2	17.6	21.1
3	5.4	7.1	3.2	4.4	0.0	0.0	5.3	4.4	6.7
4	1.4	1.8	0.0	0.0	4.2	0.0	1.1	0.0	3.3
5	1.4	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.2	2.2

（アンケート調査結果を基に作成）

各項目の（ ）内の値は、利用している醤油が無回答であった者を除いた回答者数

表 9 使用する醤油の種類

醤油の種類（総回答数387点）の内訳		記入人数
商品名等の記述	地域	
＜白山市産＞		合計44
大屋おや玉しょうゆ	鶴来	31
吉市しょうゆ	松任	9
吉田屋	鶴来	1
白山市のもの		3
＜金沢市産＞		合計140
直源醤油（直っぺ）		48
直源以外のもの（大野醤油（ヤマト・マルハ、川助、山本、鳳凰）、天祐、舟木屋など）		92
＜その他の石川県内産＞		合計20
富士菊しょうゆ	加賀市	9
カネヨしょうゆ	志賀町	6
井村しょうゆ	加賀市	1
金田商店	能美市	1
ヤマチ	宝達志水町	1
谷川商店	輪島市	1
石川県のもの		1
＜富山・福井県産＞		合計12
アサヒしょうゆ、あなん谷しょうゆなど	富山	10
大野市のもの	福井	2
＜その他府県産のもの＞		合計16
	愛知	6
	山梨	3
	香川	2
	三重	1
	大阪	1
	京都	1
	岡山	1
	島根	1
＜全国メーカー、PB、生協、JA＞		合計126
キッコーマン		51
Aコープ・農協・くみあい・コープ		44
ヤマサ		15
その他		16
＜分類不明のもの＞		29

（アンケート調査結果を基に作成）

多かった。そのほか、石川県内各地の醤油製造業者のものも約5%みられる。白山市産、金沢市産、県内産の合計記入数は、総記入数の半数を超えている。

自由記述欄では、「尾口・白峰」の白峰地区の回答者からは、醤油を用いた白峰の郷土料理「かつちり」（じゃがいもを醤油と砂糖で甘辛く煮たもの）の指摘がみられた⁵⁾。

3.3.2 醤油へのこだわり

使用する醤油の選択でのこだわりの程度を問うたところ、「強いこだわりがある」・「ややこだわりがある」を合わせると全体の約7割を占めた（表10）。こだわりの程度は、地域別では、「松任」「鶴来」では他地区に比べて「強いこだわりがある」とする回答割合がやや低かった。年齢層によるこだわりの大きな差は見られなかった。

こだわる観点は、「慣れた味」を挙げる者が全体で約7割と多い（表11）。「産地」「ブランド」を挙げる回答の一部も、「慣れた味」に間接的につながりがあると推測できる。自由記述でもたとえば味噌のこだわりで示した例のほか、「結婚したとき（昭和36年）、大野醤油を宅配でもってきていた。それ以来、口に合うので使用している（松任・70歳代以上）」「お醤油は昔から慣れ親しんだ大屋さんのもの以外はおいしいとは思えません。煮物を作るときも、それじゃないとうまく味が決まらないので絶対に変えることはないと思います（松任・50歳代以下）」「地元の醤油などはやはりおいしい。慣れ親しんでいる（尾口・白峰・50歳代以下）」などがみられ、味噌と同様に醤油も調理時に献立の味が「ぶれない」ことが購入・選択時に重視されていると指摘できよう。

表10 醤油を選択・購入する際のこだわりの程度

こだわりの程度	単位：％								
	全体 (338)	松任 (209)	美川 (32)	鶴来 (58)	白山麓 (28)	尾口・ 白峰 (11)	50歳代 以下 (110)	60歳代 (113)	70歳代 以上 (109)
強いこだわりがある	16.6	13.9	31.3	13.8	21.4	27.3	18.2	14.2	16.5
ややこだわりがある	54.4	56.5	43.8	55.2	53.6	45.5	51.8	54.9	57.8
あまりこだわりはない	25.4	27.3	18.8	25.9	17.9	27.3	26.4	27.4	22.0
こだわりはない	3.6	2.4	6.3	5.2	7.1	0.0	3.6	3.5	3.7

（アンケート調査結果を基に作成）

各項目の（ ）内の値は、無回答者を除いた回答者数

表11 醤油選択時にこだわる観点

こだわる観点 (複数回答可)	各区分の総回答者数に占める観点毎の選択割合：％			
	全体 (240)	50歳代以下 (77)	60歳代 (78)	70歳代以上 (81)
産地	22.1	10.4	17.9	34.6
価格	13.8	14.3	9.0	17.3
慣れた味	73.8	77.9	73.1	71.6
ブランド	10.8	14.3	11.5	7.4
機能性や塩分濃度	20.8	15.6	20.5	27.2
その他（無添加、原材料（有機大豆使用）、香りなど）	7.5	11.7	9.0	2.5

（アンケート調査結果を基に作成）

こだわりの程度を「強いこだわりがある」「ややこだわりがある」と回答した240人を対象に質問した。

3.4 酢の購入・消費状況

3.4.1 使用する酢

続けて、酢の購入・消費状況を確認する。回答者の家庭で使用している酢の種類（ブランド・アイテム）について問うた（表 12）。その結果、全体では半数の回答者は 1 種類利用であるが、2 種類利用とするものが約 3 割、3 種類利用とするものが 1 割強みられ、醤油の傾向より味噌のそれに近く、複数種利用する家庭が一定数存在していることが分かる。特に「鶴来」で複数種利用する傾向が強かった。複数種挙げる場合、米酢、すし酢、穀物酢、かんたん酢のような記載で異なるアイテムを組み合わせている。同じメーカーの品でアイテム違いのものを挙げるケース（たとえば、タカノのすし酢と米酢）が多い。世代別では、70 歳代以上では複数種利用する傾向が他の世代より強くみられた。

具体的にどのようなブランド・アイテム名が挙げられたか、記入があった 280 人の内容を表 13 に整理した。総記入数は 454 点あった。このうち、100 名が白山市産の「タカノ」を挙げ、総記入数の 2 割を超えた。白山市内の酢製造業者は高野酢造 1 軒のみであることを考えると、酢の地産地消は比較的定着しているといえよう。高野酢造は、戦前より酢を製造し、白山市内をはじめ各地に販売してきた⁶⁾。金沢市産の「うずまき」などを含めると、石川県内産は総記入数の 3 割弱を占めた。

一方、全国で広く流通するメーカー品・PB 品や農協ブランドの合計は、総記入数の約半分を占めている。このうち、全国展開する主要酢製造・販売企業であるミツカンが全体のブランド記入で最多となった。

なお、記載された酢の種類のなかに、ラッキョウ酢が多く含まれており、家庭でラッキョウなどの漬物を作るとの記入も散見された。酢を使用する献立としては、酢の物や和え物のほかに、笹寿司・押し寿司⁷⁾、ちらし寿司などを家庭で作るとした回答が目立った。

表 12 使用する酢の種数

種数	各区分の総回答者数に占める種数毎の選択割合：％								
	全体 (280)	松任 (174)	美川 (30)	鶴来 (44)	白山麓 (22)	尾口・ 白峰 (10)	50歳代 以下 (93)	60歳代 (94)	70歳代 以上 (90)
1	53.2	54.6	63.3	38.6	54.5	60.0	52.7	60.6	45.6
2	29.3	27.0	23.3	43.2	27.3	30.0	34.4	23.4	31.1
3	13.6	14.9	10.0	13.6	9.1	10.0	7.5	14.9	18.9
4	3.2	2.9	0.0	4.5	9.1	0.0	4.3	1.1	3.3
5	0.7	0.6	3.3	0.0	0.0	0.0	1.1	0.0	1.1

（アンケート調査結果を基に作成）

各項目の（ ）内の値は、利用している酢が無回答であった者を除いた回答者数

表 13 使用する酢の種類

酢の種類（総回答数454点）の内訳		記入人数
商品名等の記述	地域	
<石川県内産のもの>		合計126
タカノ	白山市・鶴来	100
うずまき	金沢市	17
沖田	能美市	6
今川	金沢市	3
<その他府県産のもの>		合計11
	広島	4
	愛知	3
	千葉	1
	岐阜	1
	京都	1
	奈良	1
<全国メーカー>		合計237
ミツカン		187
Aコープ・農協・生協・JA		42
タマノイ		5
ヤマサ		1
イオン		1
生活良品		1
<分類不明のもの>		80

（アンケート調査結果を基に作成）

なお、454点のなかに「ラッキョウ酢」が38点含まれていた

3.4.2 酢へのこだわり

使用する酢の選択でのこだわりの程度を問うたところ、「強いこだわりがある」・「ややこだわりがある」を合わせると全体の6割弱を占めた（表14）。こだわりの程度は、味噌や醤油の傾向と比べると、強いこだわりを持つ者の割合が低かった。地域別では、「松任」では他地区に比べて「強いこだわりがある」とする回答割合が低かった。年齢層によるこだわりの傾向では、若年層より高齢層で強いこだわりがみられた。

こだわる観点は、「慣れた味」を挙げる者が全体で約6割と多い（表15）。「産地」「ブランド」を挙げる回答の一部も、「慣れた味」に間接的につながりがあると推測できることから、味噌や醤油と同様に献立の味が「ぶれない」ことが購入・選択時に重視されていると指摘できよう。また、酢に関する自由記述のなかでは、たとえば、「鶴来のほうらい祭りの時に家庭で作る笹寿司は、タカノのすし酢でないと味が決まりません。他メーカーの酢で

表 14 酢を選択・購入する際のこだわりの程度

こだわりの程度	単位：％								
	全体 (340)	松任 (214)	美川 (30)	鶴来 (57)	白山麓 (27)	尾口・ 白峰 (12)	50歳代 以下 (109)	60歳代 (113)	70歳代 以上 (113)
強いこだわりがある	9.7	7.0	10.0	14.0	18.5	16.7	8.3	10.6	10.6
ややこだわりがある	48.8	50.0	50.0	49.1	40.7	41.7	38.5	49.6	58.4
あまりこだわりはない	32.6	35.5	23.3	26.3	29.6	41.7	39.4	31.9	25.7
こだわりはない	8.8	7.5	16.7	10.5	11.1	0.0	13.8	8.0	5.3

(アンケート調査結果を基に作成)

各項目の（ ）内の値は、無回答者を除いた回答者数

表 15 酢選択時にこだわる観点

こだわる観点 (複数回答可)	各区分の総回答者数に占める観点毎の選択割合：％			
	全体 (240)	50歳代以下 (51)	60歳代 (68)	70歳代以上 (78)
産地	16.3	13.7	17.6	23.1
価格	10.8	15.7	8.8	14.1
慣れた味	58.8	78.4	72.1	65.4
ブランド	16.7	21.6	20.6	19.2
機能性や濃度	12.1	3.9	16.2	19.2
その他（無添加であること、素材、味のバランス、利用場面など）	3.8	2.0	7.4	3.8

(アンケート調査結果を基に作成)

こだわりの程度を「強いこだわりがある」「ややこだわりがある」と回答した199人を対象に質問した。

はいまいちでした（鶴来・50歳代以下）」「押し寿司には高野のすし酢を必ず使う（松任・60歳代）」のように、祭り料理に使用する酢のブランドへのこだわりもみられた。

4. 量販店での味噌・醤油・酢の販売状況

前章では、白山市の住民が家庭の食卓で、どのような味噌・醤油・酢を使用しているか確認した。第1章で述べたように、白山市では現在、地域資源のひとつとして味噌・醤油・酢を含む発酵食材を活用しようとしている。前章で詳細をみたように、白山市産の発酵調味料は、地域住民から一定の支持、利用を得ている。しかし、他県産や全国ブランドの商品を選択するケースもみられる。もし、消費者が白山市内でこれら発酵調味料を購入しようとした際に、白山市産が店頭に並んでいなければ、購入行動を発生させることは難しい。

第2章で確認したように、現在の地域住民の買い物行動では、大半は日常の食料品を量販店などで購入していた。そこで本章では、地域住民が主に利用していた白山市内に立地する主な量販店などを対象に、店舗での味噌・醤油・酢の販売状況を現地観察により確認

する。

その結果、主な量販店などでは、味噌・醤油・酢とも、白山市産のアイテムの取り扱いがみられた（表 16・17・18）。店舗の性格などにより割合には高低がみられるが、味噌・醤油・酢とも棚面積のおおよそ 1～2 割程度を白山市産のアイテムで陳列構成する店が多かった。総アイテム数に占める白山市産割合では、地元資本の量販店と全国展開のそれとで差がみられた。

各量販店は、白山市産を含む石川県産の発酵調味料の存在を消費者に伝える工夫（POP で白山市産・石川県産である旨を強調、商品の特徴を解説した POP を添付、商品群が目立つように石川県産のものをまとめて陳列、など）を試みていた。また、2016 年 9 月末の現地観察では、先述第 3 章第 4 節でも記している祭り（ほうらい祭りや秋祭り）の時期にあたり、店内の目立つ場所に「笹寿司」を作るために必要な食材や笹をセットで陳列した販売促進コーナーが設置され、全国ブランドの商品よりも高野酢造の酢が多く陳列されていた量販店もみられた。

以上の状況から、供給に携わる量販店などは、白山市の地域資源である味噌・醤油・酢に対して認知や評価を持ち、その存在を意識して販売環境を創造しているといえる。その点で、白山市の地域住民が地域資源である発酵調味料を手に取りやすい環境は、一定程度

表 16 味噌の販売状況

店舗（各資本の属性・所在地区）	石川県内 業者商品	所在地（ブランド名）	全国大手ブランド （マルコメ・ハナ マルキ）、PB商 品、農協・コープ 商品	各項目の数値： 上段…メーカー数 <下段>…アイテム数	
				その他 商品	うち、 「日本海 みそ」ア イテム
A（県内資本食品スーパー：鶴来）	3 <4>	白山市（吉田屋，加賀みそ）， 金沢市（ヤマト）	1 <8>	8 <21>	11
B（県内資本食品スーパー：美川）	3 <4>	白山市（一川，加賀みそ）、金 沢市（ヤマト）	1 <4>	4 <12>	7
C（農協・直売所：松任）	2 <3>	白山市2（木村屋，加賀みそ）	4 <15>	3 <16>	11
D（農協・直売所：美川）	2 <6>	白山市（一川，加賀みそ）	3 <4>	4 <12>	7
E（農協・直売所：松任）	3 <5>	白山市3（手前みそ，木村屋，奥 商店）	0 <0>	0 <0>	
F（県外資本食品スーパー：鶴来）	3 <10>	白山市（加賀みそ，木村屋）， 金沢市（ヤマト）	1 <10>	6 <29>	11
G（県外資本食品スーパー：松任）	2 <3>	白山市2（加賀みそ，一川）	4 <8>	14 <32>	11
H（全国GMS：松任）	1 <1>	白山市1（加賀みそ）	3 <23>	6 <25>	10
I（全国GMS：松任）	3 <4>	白山市（加賀みそ），金沢市2 （ヤマト，本江）	2 <11>	10 <26>	11

（2016年10月、各店舗での観察により作成）

鍋用みそ、調味みそなどを除く。

表 17 醤油の販売状況

各項目の数値：
上段…メーカー数
＜下段＞…アイテム数

店舗(各資本の属性・所在地区)	石川県内 業者商品	所在地(ブランド名)	全国大手ブランド (キッコーマン・ヤマ サ・ヒガシマル)、PB 商品、農協・コープ商 品	その他 商品
A(県内資本食品スーパー：鶴来)	4 ＜8＞	白山市(おや玉)，金沢市(直源，金沢 大地)，志賀町(カネヨ)	2 ＜16＞	2 ＜3＞
B(県内資本食品スーパー：美川)	4 ＜8＞	白山市(おや玉)，金沢市(直源，ヤマ ト，金沢大地)	3 ＜21＞	5 ＜7＞
C(農協・直売所：松任)	7 ＜25＞	金沢市(直源，ヤマト，金沢大地)，加 賀市(富士菊)，輪島市(谷川)，能登 町(高田)，志賀町(カネヨ)	4 ＜34＞	2 ＜6＞
D(農協・直売所：美川)	2 ＜8＞	白山市(吉市)，金沢市(直源)	4 ＜29＞	0 ＜0＞
E(農協・直売所：松任)	1 ＜6＞	白山市(吉市)	1 ＜3＞	0 ＜0＞
F(県外資本食品スーパー：鶴来)	3 ＜11＞	白山市(おや玉)，金沢市(直源，ヤマ ト)	3 ＜30＞	4 ＜14＞
G(県外資本食品スーパー：松任)	2 ＜10＞	金沢市(直源，ヤマト)	4 ＜27＞	2 ＜6＞
H(全国GMS：松任)	1 ＜5＞	金沢市(直源)	4 ＜36＞	3 ＜4＞
I(全国GMS：松任)	2 ＜5＞	金沢市(直源，ヤマト)	4 ＜20＞	6 ＜6＞

(2016年10月、各店舗での観察により作成)

だし醤油などを除く。

表 18 酢の販売状況

各項目の数値：
上段…メーカー数
＜下段＞…アイテム数

店舗(各資本の属性・所在地区)	石川県内 業者商品	所在地(ブランド名)	全国大手ブランド (ミツカン・タマ ノイ)、PB商品、 農協・コープ商品	その他 商品
A(県内資本食品スーパー：鶴来)	1 ＜11＞	白山市(高野)	2 ＜14＞	1 ＜1＞
B(県内資本食品スーパー：美川)	2 ＜7＞	白山市(高野)，金沢市(うずまき)	2 ＜17＞	2 ＜2＞
C(農協・直売所：松任)	2 ＜6＞	白山市(高野)，金沢市(うずまき)	2 ＜42＞	4 ＜4＞
D(農協・直売所：美川)	2 ＜5＞	白山市(高野)，金沢市(うずまき)	2 ＜31＞	0 ＜0＞
E(農協・直売所：松任)	1 ＜2＞	白山市(高野)	1 ＜10＞	0 ＜0＞
F(県外資本食品スーパー：鶴来)	2 ＜10＞	白山市(高野)，金沢市(うずまき)	2 ＜17＞	2 ＜4＞
G(県外資本食品スーパー：松任)	2 ＜3＞	白山市(高野)，金沢市(うずまき)	2 ＜24＞	5 ＜5＞
H(全国GMS：松任)	1 ＜1＞	金沢市(うずまき)	2 ＜23＞	0 ＜0＞
I(全国GMS：松任)	2 ＜3＞	白山市(高野)，金沢市(うずまき)	2 ＜14＞	0 ＜0＞

(2016年10月、各店舗での観察により作成)

飲料用、ボン酢、ドレッシング、ワインビネガー類を除く。

確保されているといえよう。

その一方で、量販店などでの店頭観察の状況からは、全国ブランド・北陸地方以外の他県産の商品の陳列割合の高さが確認できた。例えば味噌では、マルコメ、ハナマルキのほか、長野県産（ひかり味噌など）や、「日本海みそ」以外の富山県産（ツルヤ味噌など）も多数みられた。店舗にもよるが、これら商品は棚面積の 3～4 割程度を占める事例が多い。これに「日本海みそ」が各店とも棚面積の 3～4 割を占めている。醤油ではキッコーマンやヤマサが、酢ではミツカンが多い。これら全国ブランドの醤油・酢は、多くの店舗でそれぞれの売り場で棚面積の 7～8 割程度を占める。

全国ブランドの店頭での陳列率や取扱アイテムと、第 3 章で確認したアンケート結果とを照合したとき、店頭で多数見かけるもののアンケートでは具体的な商品名として多数挙がってこなかった品や、低い回答割合にとどまるアイテムが散見される。第 1 章でも指摘したように、アンケート回答者の年齢構成を鑑みると、本調査の結果は若年層（特に 20～40 歳代）の購買動向を十分反映できていない可能性がある。店頭の販売状況とアンケート情報とのあいだのギャップの存在は、若年層の購入ではそれら全国ブランド商品を購入する者の割合が比較的高いこと、若年層が発酵調味料を選択する際の「こだわり」の観点到違があることを示唆している可能性がある。先述のように、量販店の店頭では、全国ブランド商品が特価品として大量に扱われていたり、チラシで取り上げられていたりする。これら商品の購入ニーズや選択者が一定割合いなければ、量販店も現状のような商品陳列や販売促進を実施、継続しないだろう。

白山市産の商品との接点（存在を認識して味を把握し、評価できるチャンス）がなければ、人々の嗜好の形成に至らない。その結果、地域の食材を味わい、その特徴を理解して利用を継承することは難しくなる。経験を持ち食べ慣れで消費を継続している高齢層がいなくなったとき、次世代が地域食材を継続して評価、利用する状況に持ち込むには、その食材の見える化や利用のしやすさを向上させる工夫などを要する（例えば、林 2016b・2016c）。この点に関しては、地域資源の持続的な製造・流通と食文化形成を考慮すると、別途若年層の購入行動を調査し、動向やその背景を把握することが求められる。

4. 学校給食での白山市産発酵調味料の利用状況

白山市で地域資源のひとつとして発酵調味料を活用する場合に、地域外の人々に向けて資源の存在をアピールし、彼らからの評価を得ることも有意義な取り組みである。人口減少が見込まれる白山市にあって、一定規模の生産、出荷を確保し、流通や経営を安定させ

る戦略も意義がある。

しかし一方で、地域資源の活用には、流行に左右されない地域資源の活用基盤として、その資源を有する地域内の人々による支持や消費が重要である。持続的な製造活動を考えて、将来にわたって地域資源を支持し、利用する地域住民をいかに確保するかは重要な課題といえる。

また、地域外の人々が白山市の特産品、地域資源として発酵調味料を評価する際に、品質自体の良さだけでなく、地域内の人々が本当に日々の食卓で使用しているか、どのように消費してどの程度普及しているのか、商品製造に歴史や継続性があるのかといった「物語性」や「真正性・本物さ」、「地域らしさ」も観点として重視される（たとえば、水谷ほか 2005；佐藤 2011；林 2015・2016a）。

地域内の人々が白山市産の発酵調味料を使い続けていく状況を構築するには、まず地域資源の存在に気が付き、味わってみる経験の場・機会を持つことが不可欠である。食品の味を感じて栄養素や毒性の有無などを判断し、生理的欲求を満たすものとして摂取の判断をする（味覚）。あわせて、先の第 3 章でみた動向から「食べ慣れる」（結果として家庭や地域の「文化的嗜好」を構築すること）で、予測できる味に安心して接近することや食材の良さを引き立てる使い方が分かることも食材選択のうえで重要である（たとえば、伏木 2006；林 2016c）。伏木（2006）の指摘や真部ほか（2012）の事例によると、私たちは食材本来の味を感じて評価すること（「生理的嗜好」）だけでなく、文化的嗜好に加え、食材・食行動に付随する様々な情報や経験・思い出に影響されて食材を選択する（脱味覚的なものによる「情動的嗜好」）。味覚の定着や嗜好される味・食材の拡大は若年層で顕著となり、年齢が上がるにつれ保守的な食選択の傾向がみられるといわれる（沖山 2001；伏木 2006）。

そこで、将来世代である白山市のこどもたちが、白山市産の発酵調味料に接してその存在を認知し、「食べ慣れる」チャンスの有無を確認するため、本章で学校給食に注目する。白山市の小・中学校で提供されている学校給食の調理にあたり、どのブランドの味噌・醤油・酢が利用されているか、確認した（表 19）。

その結果、市内の小・中学校では、味噌・醤油・酢の多くが白山市産の商品で賄われていることが分かった。味噌については、「松任」「美川」「鶴来」では、前掲図 1 中に掲載されている各地区内の味噌製造業者のものを選択している。前掲図 1 にみられないものの「松任」の各校が調達先としている安田屋も、地区内に所在する醤油醸造店・味噌販売店で、同店から各校へ白山市産の味噌・醤油が納入されている。「白山麓」「尾口・白峰」では、主に「鶴来」の大屋醤油（同社は味噌も製造）を選択している。醤油は、「松任」「美川」では「松任」の安田屋・吉市醤油、「鶴来」では大谷醤油を選択している。「白山麓」と「尾

表 19 白山市内の小・中学校の学校給食での白山市産発酵調味料の使用状況（2014 年度）

学校	味噌			年間使用量 醤油			酢			発酵調味料を活かした献立	年間の 提供回数
	全体使 用量 (kg)	1人あ たり使 用量	調達先	全体使 用量 (kg)	1人あ たり使 用量 (kg)	調達先	全体使 用量 (kg)	1人あ たり使 用量 (kg)	調達先		
松任小	330.0	0.5	安田屋 (白山市)	552.0	0.8	安田屋 (白山市)	62.0	0.1	高野酢造 (白山市)	さばの味噌煮、みそ汁、味噌おでん、家常豆腐	190
東明小	245.3	0.5	安田屋 (白山市)	434.1	0.8	安田屋 (白山市)	59.9	0.1	高野酢造 (白山市)	味噌ラーメン、しょうゆラーメン、小あじ南蛮漬け、鰯の味噌煮、鰯の生妻煮、すき焼き、おでん、酢豚、雑煮	20
北陽小	300.0	0.5	多加食産 (白山市) 安田屋 (白山市)	540.0	0.9	吉市醤油店 (白山市)	60.0	0.1	高野酢造 (白山市)	さばのみそ煮、みそおでん、みそラーメン、みそ汁、酢のもの、ししゃもの南蛮漬、手巻き寿司、金時草寿司、パンサンスー、酢豚、魚の塩こうじ焼	180
旭丘小	190.0	0.6	安田屋 (白山市)	318.0	0.9	安田屋 (白山市)	29.0	0.1	高野酢造 (白山市)	さばのみそ煮、みそ汁、みそおでん、家常豆腐	190
蕨城小	392.5	0.5	安田屋 (白山市)	694.8	0.8	安田屋 (白山市)	95.8	0.1	高野酢造 (白山市)	味噌ラーメン、しょうゆラーメン、小あじ南蛮漬け、鰯の味噌煮、鰯の生妻煮、すき焼き、おでん、酢豚、雑煮	20
千代野小	263.0	0.5	安田屋 (白山市)	421.0	0.8	安田屋 (白山市)	41.0	0.1	高野酢造 (白山市)	みそ汁、鰯のみそ煮、酢のもの、すしめし（チラン寿司等）、酢豚、粕汁、鮭の塩焼鮓、ユーリンチー	150
石川小	165.0	0.6	多加食品 (白山市)	276.0	0.9	安田屋 (白山市)	26.0	0.1	高野酢造 (白山市)	さばのみそ煮、みそおでん、酢のもの、みそ汁、みそラーメン、ししゃもの南蛮漬、塩焼焼魚、手巻き寿司、パンサンスー、酢豚、金時草寿司	80
松陽小	200.0	0.6	安田屋 (白山市)	300.0	0.8	安田屋 (白山市)	35.0	0.1	高野酢造 (白山市)	みそ汁、和えもの、煮もの、酢のもの、サラダ、みそおでん、サバみそ煮、みそラーメン、みそダレ、塩焼焼（豚肉、鮭など）、粕汁	190
松南小	230.0	0.6	安田屋 (白山市)	300.0	0.7	安田屋 (白山市)	35.0	0.1	高野酢造 (白山市)	みそ汁、和えもの、煮もの、酢のもの、サラダ、みそおでん、サバみそ煮、みそラーメン、みそダレ、塩焼焼（豚肉、鮭など）、粕汁	190
美川小	94.2	0.4	一川味噌 (白山市)	223.0	0.9	吉市醤油店 (白山市)	32.0	0.1	高野酢造 (白山市)	みそ汁、魚のみそ煮、みそラーメン、みそおでん、酢のもの、酢豚、南蛮漬け、粕汁	50
湊小	56.0	0.3	一川味噌 (白山市)	60.0	0.3	吉市醤油店 (白山市)	13.4	0.1	高野酢造 (白山市)	鰯の味噌煮、酢豚、ドレッシングサラダ、酢のもの、ごま酢あえ、ナムル、南蛮漬け、ユーリンチー、冷やし中華、黒酢炒め、みそ汁、豚肉と大根のみそ煮、みそおでん、みそきんぴら、ゆずみそ、鮭のみそマヨネーズ焼き、豚肉の味噌焼き、ほうとう、味噌ラーメン、ホイコーロー、カラフルずし、ちらしずし	136
蝶屋小	217.1	0.5	一川味噌 (白山市)	406.8	0.9	吉市醤油店 (白山市)	97.2	0.2	高野酢造 (白山市)	鰯の味噌煮、酢豚、ドレッシングサラダ、酢のもの、ごま酢あえ、ナムル、南蛮漬け、ユーリンチー、冷やし中華、黒酢炒め、みそ汁、豚肉と大根のみそ煮、みそおでん、みそきんぴら、ゆずみそ、鮭のみそマヨネーズ焼き、豚肉の味噌焼き、ほうとう、味噌ラーメン、ホイコーロー、カラフルずし、ちらしずし	136
朝日小	193.0	0.4	大屋醤油 (白山市)	342.0	0.8	大屋醤油 (白山市)	81.0	0.2	高野酢造 (白山市)	鰯の味噌煮、サラダ、酢のもの、みそ汁、ナムル、みそおでん等の煮物、うめみそ焼き	180
明光小	243.8	0.4	大屋醤油 (白山市)	355.3	0.6	大屋醤油 (白山市)	91.0	0.2	大屋醤油 (白山市)	鰯の味噌煮、みそおでん、酢豚、酢のもの、味噌汁、うめみそ焼き、ごま味噌焼き、ちらしずし、さっぱり煮	180
広陽小	252.0	0.5	大屋醤油 (白山市)	355.0	0.6	大屋醤油 (白山市)	98.6	0.2	高野酢造 (白山市)	鰯の味噌煮、サラダ、酢のもの、みそ汁、みそおでん等の煮物、みそ焼き	180
河内小	30.0	0.6	大屋醤油 (白山市)	52.2	1.0	大屋醤油 (白山市)	12.6	0.2	高野酢造 (白山市)	みそ汁、さばの味噌煮、ごま酢和え、豚肉のみそ焼き、酢豚、甘酢和え、天のり汁、太きゅうり酢のもの、豚肉の黒酢いため、みそおでん、豚と大根のみそ煮、みそラーメン、鮭のみそマヨネーズ焼き、五目手巻き寿司、ごまみそ和え、とん汁	192
鳥越小	75.0	0.5	大屋醤油 (白山市)	130.5	0.9	大屋醤油 (白山市)	31.5	0.2	高野酢造 (白山市)	みそ汁、魚のみそ煮、魚のみそ焼き、みそおでん、酢のもの、酢豚、ちらし寿司	180
白嶺小	60.0	1.1	加賀味噌食品 工業協業組合 (白山市)	93.0	1.7	旭醤油味噌 (富山県：濃口) 鶴喜醤油 (金沢市：薄口)	31.0	0.6	高野酢造 (白山市)	みそ汁、しょうゆラーメン、酢豚、ごまみそ焼き、みそマヨ焼き、ゴマ酢和え、さばのみそ煮、みそおでん、豚と大根のみそ煮 ほか	160
白峰小（白嶺中分も含む）	21.1	0.5	大屋醤油 (白山市)	33.6	0.8	キッコーマン	5.8	0.1	ミツカン	みそ汁、みそ焼き（肉・魚）、みそ煮（おでん・魚・野菜）、みそラーメン、みそきんぴら、酢のもの、サラダ、和え物、しょうゆラーメン	100
松任中・北星中・光野中・笠間中（共同調理）	750.6	0.3	加賀味噌食品 工業協業組合 (白山市)	2728.0	1.1	吉市醤油 (白山市)	259.0	0.1	高野酢造 (白山市)	みそ汁、魚のみそ煮、みそラーメン、みそおでん、酢のもの、酢豚、南蛮漬け、粕汁	100
美川中	253.0	0.5	一川味噌 (白山市)	516.0	1.0	大屋醤油 (白山市)	54.0	0.1	高野酢造 (白山市)	味噌ラーメン、味噌汁、味噌おでん、鯖ごま味噌煮、煮物、ちらし寿司、手巻き寿司、酢のもの、ピクルス、サラダドレッシング	150
鶴来中	162.0	0.5	大屋醤油 (白山市)	330.0	1.0	大屋醤油 (白山市)	35.0	0.1	高野酢造 (白山市)	味噌ラーメン、味噌汁、味噌おでん、鯖ごま味噌煮、煮物、ちらし寿司、手巻き寿司、酢のもの、ピクルス、サラダドレッシング、ふくぬかパーニャカウダー風	150
北辰中	250.0	0.5	大屋醤油 (白山市)	411.0	0.9	大屋醤油 (白山市)	108.0	0.2	高野酢造 (白山市)	酢のもの、鰯のみそ煮、みそ汁、魚の甘酢あんからめ、チキン南蛮、ちらし寿司	95
鳥越中	65.0	0.5	大屋醤油 (白山市)	104.4	0.8	旭醤油味噌 (富山県：濃口) 鶴喜醤油 (金沢市：薄口)	27.0	0.2	高野酢造 (白山市)	みそ汁、みそおでん、すまし汁、スープ、シチュー、カレー、粕汁、酢のもの、サラダ、酢豚、和え物、炒めもの、おこわ、黒酢いため、ポークビーンズ、パスタ、いしる煮、みそだれ、マーボー豆腐、ジージャン豆腐、まぜごはん、ソース、たれ	190

（白山市教育委員会提供資料を基に作成）

口・白峰」では、他地域産・全国ブランドであった。酢は、ほとんどの学校で高野酒造から調達していた。

米飯給食の際にこれら調味料を使用した献立が多いが、洋食や中華の献立でも活用されている。郷土料理の献立を採用するなど、白山市でも地産地消や地域の食文化への児童・生徒への関心醸成の場として学校給食が活用されている。

食育や地産地消、地場産給食の実施を考察する先行研究や実態調査では、献立の主な原料についてそれがどの程度地元産で構成されているか、どのように調理されているかなどを考察する例が多くみられた。食育基本法の制定など食育推進の政策動向の影響もあって、各地の学校給食で地元産の食材の採用が増加していることやその効果も指摘されてきた（たとえば、村上 2009；内藤・佐藤 2010；山田 2014；農林水産省 2016）。本研究の成果から、主食材ではない調味料に関しても、学校給食を活用した地産地消の実現や地場産食材の採用の可能性、実現が確認できた。

児童・生徒は、1日3食のうち、週の多くの昼食（給食）で、地域の発酵調味料との接点を得ている。白山市産の発酵調味料を利用していない家庭の児童・生徒も、一定程度触れる機会が確保できているといえる。しかし、各学校の給食の献立表などを確認すると、記載されている材料情報やメニューの解説のなかで、用いている発酵調味料が白山市産のものである旨は明記されていない。そのため、児童・生徒は地域の発酵調味料を食してはいるものの、それが「白山市のもの」であることを十分認知できていない（認知したうえで味わって嗜好を形成しているわけではない）可能性が高い。

また、給食だより・献立表などの情報を目にし、子から給食について話を聞く保護者らも、学校給食で白山市産の発酵調味料が盛んに用いられていることを知らない可能性が高い。学校給食は、親子の会話や情報媒体を通じて家庭で食事や食材、食文化、地産地消などに関わる会話を促し、家庭の食生活などを振り返る動機づけにもなる。現状では、白山市での学校給食に関わる情報発信では、地域の発酵調味料への注目の喚起や上述したような給食を媒介とした学習効果を期待できない環境にある。この点に関しては、関係者による取り組みのなかで工夫の余地があろう。

5. おわりに

本研究では、石川県白山市の地域住民による日常の発酵調味料の利用実態を把握することを目的とした。

その結果、味噌は「日本海みそ」など富山県産品の利用が多い。一方で、市内各地区の

業者が製造、販売している白山市産味噌や自家製味噌の選択も一定程度確認できた。醤油は、全国ブランド品と金沢市産品（「直源」など大野醤油）の利用が拮抗し、多種の石川県産品の購買とともに白山市産の醤油への支持も一定の割合を占めていることも確認された。酢は、全国ブランド品の利用が優勢であるが、白山市産の酢も一定の購買、評価がみられた。

白山市内の多くの量販店では、棚面積に占める割合やアイテム数では限定的ではあるが、白山市産の発酵調味料の販売実績があった。販売の際には、白山市産の商品の存在やその品質特徴などを発信する POP など積極的に用いられていた。

アンケート結果と量販店の販売状況を比較すると、アンケートでは指摘が少ないが、店頭では全国ブランド・他県産の味噌が多数取り扱われ、大きな棚面積を占めている。本調査で十分な情報収集ができなかった若年層の消費動向が、各店の販売構成・戦略の構築に影響を与えている可能性も考えられ、現状把握は今後の考察の課題といえる。

将来世代の食経験の場のひとつである学校給食では、白山市産の発酵調味料が積極的に選択、利用されていた。家庭では白山市産の発酵調味料を食べる機会がない児童・生徒にも、味を体験できる機会が確保されている。ただし、児童・生徒が「白山市産のものを食べている」と意識して食す状況にはなっていない。給食だよりや献立表などを介した保護者らへの情報発信でも、「白山市産のもの」を積極的に用いていることが充分伝わっていない。

本稿の冒頭でも述べたように、現在白山市では地域資源のひとつとして発酵食材に注目している。地域の発酵食材のなかで、味噌・醤油・酢も重要なアイテムとして取り上げられている。地域の発酵調味料を地域内外の人々に認知してもらい、消費を拡大し、その結果として地域産業の振興や文化継承などに生かしたいと白山市や関係業者らは考えている。

しかし現状では、資源に地域内の人々が触れ、その味など特徴を理解、記憶していく場面が日常の食生活のなかに存在しない者も相当数存在する。例えば多くの人々にとって、「日本海みそ」が当該地域の食卓の味・ふるさとの味となっている。「白山市産」味噌がどのようなものか体験する機会がないならば、地域の人々はその資源の特性などが分からない。おいしいという経験や、魅力的な調理方法・献立との出会いがなければ、人々は地域資源を選択し、利用し続ける動機が得られない。

地域外に資源を発信して地域活性するにも、地域内で資源を持続的に利用することで産業や文化の維持を図るにしても、地域の人々の資源に対する認知、理解、評価の充実は重要となる。資源を生かした活性化にむけて、まずは地域の人々と白山市産の発酵調味料との接点の創出、資源の存在や使い方などの「見える化」が重要である。

謝辞

アンケート調査の実施にあたり、白山市教育委員会生涯学習課、白山市内の全公民館、各公民館での活動に参加されている市民の皆様より、多くのご協力、ご支援を賜った。アンケート集計作業では、地域創造学類環境共生コースの川田桃子氏の協力を得た。記して御礼申し上げます。なお、結果の概要は、平成 28 年 10 月 25 日開催（白山市民交流センター）の「はくさん学び舎講座 地域資源を可視化する！ Part2 ～地域の食文化から～」で報告した。

注

- 1 白峰地域から国道（古くは勝山街道・牛首道、大道谷往来と呼ばれたルート）を使い、峠を越えると、勝山市に至る。勝山地域と白峰地域は、勝山藩の影響ほか、白山信仰（黒田 1992）でも縁が深い。白峰村史編集委員会（1982）による『白峰村史』（復刻版）のなかでも、様々な側面（たとえば立地（同書 p1）、交易（pp201-214）、交通（pp240-277）、衣食住（pp375-426）で勝山とのつながりがあった旨が記録されている。食材調達先（川嶋（1976））、移住先・通婚圏となり親類が存在する地域（水野ほか（1978）や岩田（1989））としての勝山に言及する考察例もみられる。なお、尾口村史編纂専門委員会（1981）による『石川県尾口村史』でも、尾口地区は金沢市や小松市、鶴来地区とのつながりが以前から強かったとされるが、明治・大正期にはまだ勝山からの物資流入や行商の往来がみられた旨が記録されている（同書 pp500-514）。
- 2 「はたらくらすコネクション in 上市」HP（<http://kamiichi-job.net/shop/2994>（2016/11/17 確認））参照。この CM ソングとともにブランドキャラクターの「雪ちゃん」を認知している石川県民は多い。アンケートの回答でも、「雪ちゃん」「雪ちゃんの日本海味噌」のような記述が多数みられた。
- 3 「まつや」HP（<http://www2.enekoshop.jp/shop/toriyasaimiso/Info>（2016/11/18 確認））。都道府県の特徴的な物産や生活様式を紹介する TV 番組でも、石川県の食卓の定番商品として取り上げられた（「秘密のケンミン SHOW」HP（http://www.ytv.co.jp/kenmin_show/secret/this_week/bn1697243.html（2016/11/18 確認））。金沢駅の土産物店・売店など、県内各地の土産物店でも、石川県名物の一つとして紹介され、販売されている光景も多々見られる。「日本海みそ」と同様に、現地観察でも量販店で多数販売されていることが確認でき、チラシの記載からも販促アイテムとなっていることが分かる。
- 4 「大屋醤油」HP（<http://oyadama.com/>（2016/11/21 確認））参照。
- 5 「白山市」HP の「白峰特産品販売施設「菜さい」」（http://www.city.hakusan.lg.jp/sangyoubu/chisanchisyou/tyokubai/sansai_2.html（2016/11/21 確認））や「郷土料理レシピ」（<http://www.city.hakusan.ishikawa.jp/sangyoubu/chisanchisyou/azi/resipi/kyoudoryouri.html>（2016/11/21 確認））参照。
- 6 「高野酢造」HP（<http://www.takano-su.co.jp/company/>（2016/11/21 確認））参照。
- 7 いずれも、笹やばらんを用いて作る押し寿司で、白山地域の秋祭りなどでの重要な献立となっている。日本の食生活全集石川編集委員会（1988）の記録や、「ほっと石川旅ねっと」HP（<https://www.hot-ishikawa.jp/kyoiku/convention/program/sasazushi.html>（2016/11/21 確認））参照。

文献

- 秋谷重男 1988. 現代消費者の食生活一家計からみた階層性と地域性一. 今村奈良臣・吉田 忠編『食生活変貌のベクトル』農林漁村文化協会, 214-238.
- 伊賀聖屋 2004. 日本における米酢加工業の原料米流通体系. 地理学評論 77-14, 977-996.
- 石毛直道 2009. 『食の文化を語る』ドメス出版.
- 今田節子 2003. 『海藻の食文化』成山堂書店.
- 今田節子・藤田真理 2003. 保存食「塩辛・魚醤」の伝統的食習慣とその地域性. 日本家政学会誌 54-2:171-181.
- 岩田憲二 1989. 白峰村南部地域の居住分布一特に出作りについて. 石川県白山自然保護センター研究報告 16, 95-101.
- 沖山 敦 2001. 日本人の味覚と嗜好. 豊川裕之・安村碩之編『食生活の変化とフードシステム』農林統計協会, 135-161.
- 尾口村史編纂専門委員会 1981. 『石川県尾口村史』第3巻通史編, 尾口村役場.
- 奥村彪生 1996. 現代における郷土食料理. ヨーゼフ・クライナー編『地域性からみた日本』新曜社, 178-208.
- 亀井 文・大下市子・井川佳子・岡本洋子・奥田弘枝・上村芳枝・杉山寿美・前田ひろみ・三好康之・奥山清美・倉田美恵・土屋房江・三谷璋子・吉永美和子 2009. 広島県における魚介類摂取に及ぼす居住地域の影響. 日本食生活学会誌 20-2:151-157.
- 川嶋正男 1976. 白峰地方の食生活と堅豆腐. 調理科学 9-4, 205-209.
- 黒田晃弘 1992. 国神社本白山参詣曼荼羅図にみる宗教景観像. 人文地理 44-6, 708-726.
- 河野一世・柴田英之 2010. 日本食からみる発酵食品の多様性と日本人の健康一肥満を中心に. 日本調理科学会誌 43-2, 131-135.
- 佐藤茂幸 2011. 「食」による地域活性化に関する研究 一山梨県大月市の郷土料理を事例として一. 日本経営診断学会論集 11, 110-116.
- 白峰村史編集委員会 1982. 『白峰村史』(復刻版) 上巻, 白峰村役場.
- 高木 亨 2005a. 醤油の好みと地域特性. 日本食生活学会誌 15-4, 267-277.
- 高木 亨 2005b. 生産と流通からみた日本の醤油醸造業と醤油嗜好の地域性. 季刊地理学 57, 121-136.
- 高橋洋子・栗津原宏子・小谷スミ子 2006. 新潟・長野・富山県における鮭と鰯に関する食文化的考察一漁獲・加工・流通および消費の変遷から一. 日本調理科学会誌 39-5:310-319.
- 富岡典子・太田暁子・志垣 瞳・福本タミ子・藤田貴子・水谷令子 2010. エイの魚食文化と地域性. 日本調理科学会誌 43-2:120-130.
- 内藤重之・佐藤 信編 2010. 『学校給食における地産地消と食育効果』筑波書房.
- 中澤弥子・三田コト 2004. 長野県における「塩イカ」と「煮イカ」の食習慣の伝承と地域性. 日本家政学会誌 55-2:167-179.
- 長沼誠子 2001. 甘味嗜好の地域性. 日本食生活学会誌 12-1, 9-14.
- 中村周作 2009. 『宮崎だれやみ論 酒と肴の文化地理』鉾脈社.
- 中村貴子 2008. 食文化を生かした地産地消の可能性一京都府を事例として一. 農林業問題研究 170, 186-191.
- 日本の食生活全集石川編集委員会 1988. 『聞き書 石川の食事』農文協.

- 農林水産省 2016.『平成 28 年度食育白書』農林水産省.
- 能美 誠 2007. 食品購入態様の地域性とその変化に関する考察—重複許容型地域区分法の適用—. フードシステム研究 13-3, 22-35.
- 橋村 修 2011. 日本列島における「旬」をめぐる環境民俗—地魚・回遊魚・地元民—. 文化人類学研究 12:34-51.
- 林 紀代美 2011. 2000 年代の水産物購入にみる食の平均化と地域差. E-journal GEO 6-1:1-15.
- 林 紀代美 2013. 沖縄の人々はサンマ・サケをどう受け入れてきたか? —食材の普及, 流通, 消費にみられる地域性—. E-journal GEO 8-1:96-118.
- 林 紀代美 2015.『魚食と日本人』古今書院.
- 林 紀代美 2016a. 海藻・魚醤の利用からみた「能登地域」のひろがり. E-journal GEO 11-1:135-153.
- 林 紀代美 2016b. 地域食材の消費・伝承をどう維持するか? —能登の魚醤—. 地理 735, 48-53.
- 林 紀代美 2016c. 能登地域における「海藻類」「魚醤」の世代別の利用動向. 地域漁業研究. (受理済)
- 伏木 亨 2006. 人間の嗜好の構造と食文化. 伏木 亨編『味覚と嗜好』ドメス出版, 235-256.
- 堀井正治 1996. 日本人の食生活と地域特性. ヨーゼフ・クライナー編『地域性からみた日本』新曜社, 146-177.
- 堀尾 強 2007. 味噌汁における塩分嗜好の家族類似性. 日本醸造協会誌 102-10, 743-749.
- 升原且顕 2005. 広島県におけるサメ食慣行の伝承に関する考察—口和町の「ワニ」料理を中心に—. 立命館地理学 17:101-115.
- 真部真里子 2003. 家庭の味付けが塩味嗜好形成に及ぼす影響—味噌汁の呈味調査から—. 日本家政学会誌 54-2:163-170.
- 真部真里子 2006. においが食嗜好に及ぼす影響—味噌の嗜好調査から—. 日本家政学会誌 57-1:21-29.
- 真部真里子・梅田奈穂子・磯部由香・久保加織 2012. 食経験と情報がふなずしの嗜好性に及ぼす影響. 日本家政学会誌 63-11:737-744.
- 水谷 彩・中島正裕・千賀裕太郎 2005. 農山村における郷土料理の伝承・変遷過程および地域住民の意識の変容に関する考察—長野県緒川村の郷土料理「おやき」を事例として—. 農村計画論文集 7, 259-264.
- 水野徳美・岡本 学・有泉 誠・野原聖一・岡田 晃 1978. 閉鎖的山村における通婚圏とその変容過程について. 民族衛生 44-4, 158-164.
- 峰 弘子・亀岡恵子・宇高順子・武田珠美・川端和子 2007. 愛媛県 3 地区における魚介類の利用状況. 日本調理科学会誌 40-6:440-448.
- 宮城 淳 2012. 千葉県における消費者の醤油購入に関する意識と色の嗜好性に関する調査. 日本食生活学会誌 22-4, 320-324.
- 村上陽子 2009. 地場水産物を活用した食育事例. 村上陽子『学校給食における食材調達と水産物利用』農林統計出版, 123-130.
- 安田亘宏・中村忠司・吉口克利 2007.『食旅入門 フードツーリズムの実態と展望』教育評論社.
- 山田浩子 2014.『学校給食への地場食材供給—地域の畑と学校給食を結ぶ—』農林統計出版.
- Hayashi, K. 2003. The difference between cities and the change for the constitution proportion of fish-eries commodities purchase. 地域漁業研究 44-1:69-81.

The actual situation of the use for fermentative seasonings in Hakusan city

HAYASHI Kiyomi[†]

[†] Department of Human Sciences, Kanazawa University, Kakuma, Kanazawa, 920-1192 Japan

E-mail: [†] hayashi@ed.kanazawa-u.ac.jp

Abstract

The purpose of this study is to grasp actual situation of the use for fermentative seasonings (fermented soybean paste, soy sauce, vinegar) in Hakusan city, Ishikawa Prefecture. Constant degree of choice/use by regional residents on fermentative seasonings that are made in Hakusan city are confirmed. Many of supermarkets sell some goods that are made in Hakusan city. For realization of keeping regional food culture or industry, it is important to make the chance or scene which regional residents are able to meet and experience regional fermentative seasonings made in Hakusan city. Devices on visualization of goods are also indispensable.

Keyword fermentative seasoning , fermented soybean paste, soy sauce, vinegar, consumption,
regional difference on food, Hakusan city